

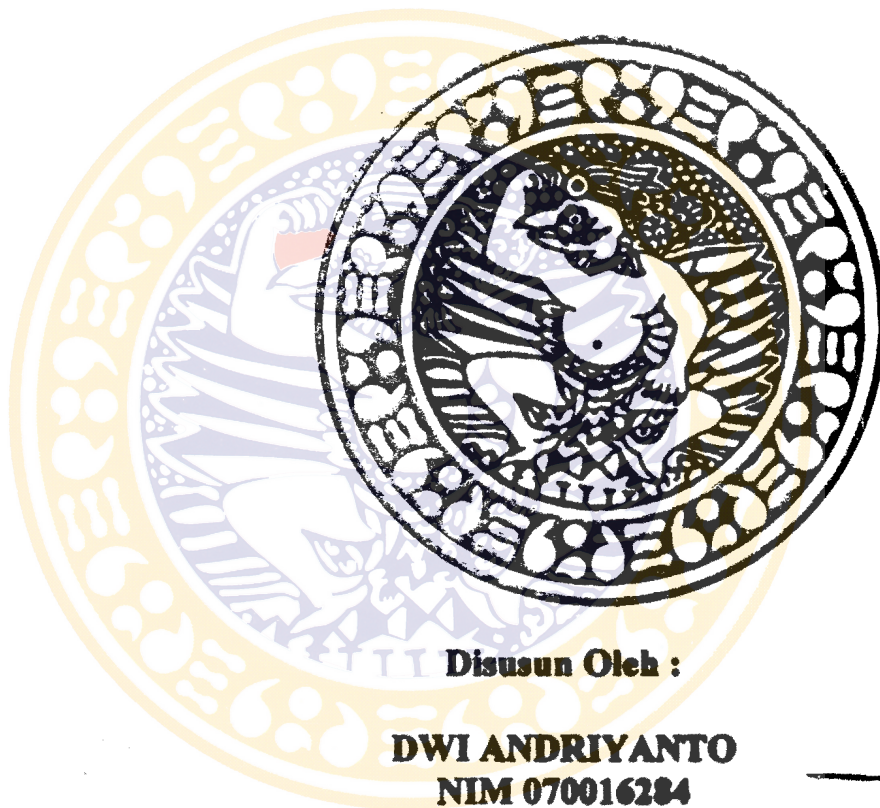
# EDITORIAL MEDIA INDONESIA DAN TAJUK RENCANA KOMPAS TERHADAP PASANGAN MEGA - HASYIM DAN SBY - JK SEBAGAI PASANGAN CAPRES - CAWAPRES

(ANALISIS FRAMING EDITORIAL MEDIA INDONESIA dan TAJUK  
RENCANA KOMPAS TERHADAP PASANGAN CALON  
PRESIDEN/CALON WAKIL PRESIDEN MENJELANG PELAKSANAAN  
PEMILU PUTARAN KEDUA 2004)

## SKRIPSI

Fis k 60/05

And  
e

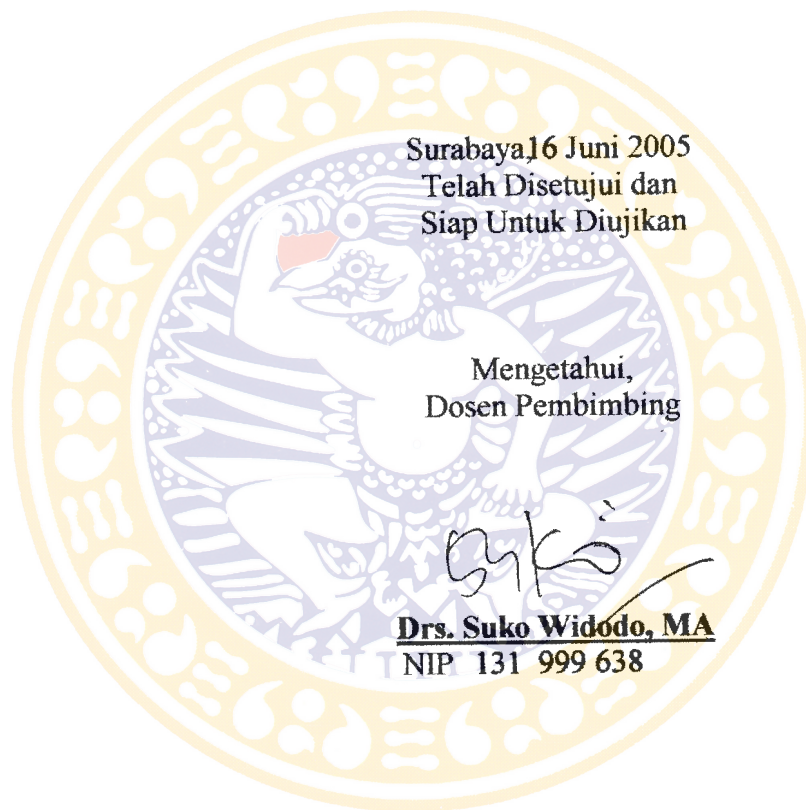


Disusun Oleh :

**DWI ANDRIYANTO**  
NIM 070016284

**M I L I E**  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

**ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**  
**2005**



**ABSTRAK**

Pemilihan Umum (pemilu) merupakan sebuah mekanisme demokrasi yang biasa dilakukan di negara-negara modern untuk melakukan rekrutmen politik ataupun pergantian kekuasaan secara damai. Seperti halnya Pemilu 2004 di negara kita. Pemilu tahun 2004 menggunakan sistem dibandingkan dengan pemilu sebelumnya. Yakni pemilu legislatif dan pemilu Presiden langsung. Dalam kurun waktu satu bulan (20 Agustus 2004- 20 September 2004) menjelang proses pemungutan suara pemilu presiden putaran kedua hampir semua media secara gencar memberitakan dua calon pasangan presiden dan wapres. Media berperan sebagai *agenda setting*, membentuk wacana seputar Mega-Hasyim dan SBY-JK. Termasuk juga harian nasional Media Indonesia dan Kompas. juga tidak luput mengangkat tema pemilu presiden. Kolom tajuk rencana yang merupakan sikap kedua harian ini terhadap peristiwa yang menjadi pusat perhatian (*headline*) Berdasarkan hal diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah ***Bagaimana Editorial Media Indonesia dan Kompas terhadap pasangan Mega-Hasyim dan SBY - JK sebagai pasangan capres-cawapres menjelang pemilu presiden putaran kedua, pada kolom Editorial dan Tajuk Rencana?***

Penelitian ini menggunakan tinjauan pustaka *Komunikasi Politik, media massa dan konstruksi realitas, editorial atau tajuk rencana sebagai sikap media, ideologi media, analisis framing editorial atau tajuk rencana*. Editorial atau tajuk rencana merupakan opini media yang bersangkutan terhadap peristiwa yang sedang menjadi headline. Karena itulah untuk melihat sikap sebuah media, dapat langsung diamati bagaimana media menyikapi sebuah peristiwa. Dalam pemilu presiden putaran kedua, dengan melihat dan menganalisis kolom ini diketahui bagaimana media bersikap pada kedua calon. Apakah cenderung berpihak ataukah netral. Apakah media tersebut berpihak ataupun netral juga dipengaruhi faktor internal dan eksternal yang saling mempengaruhi media tersebut. Faktor internal seperti kebijakan redaksional, ideologi media dan ideologis, sedangkan faktor eksternal seperti kepentingan pasar(ekonomi), sistem politik suatu negara.

Dari hasil analisis diketahui bahwa Editorial Media Indonesia dengan lugas, tegas mengkritisi pemerintahan maupun sosok personal Presiden Megawati. Semua aktivitas yang dilakukan oleh Megawati dan Koalisinya disikapi negatif oleh Media Indonesia. Tidak terselesaikannya masalah yang terjadi pada pemerintahan Megawati menjadi *trigger* Media Indonesia untuk menyerang Megawati.. Ini tidak lepas karena pemimpin Media Grup, Surya Paloh adalah *figure* yang mendukung Capres SBY. Sementara Kompas dalam Tajuk Rencananya menyikapi kedua capres dan cawapres dengan datar. Semua persoalan yang dihadapi oleh pemerintah Megawati pada waktu itu menurut Kompas adalah masalah bersama, dan tidak ada gunanya saling menyalahkan. Kompas tidak mengkritisi aparat pemerintah maupun Megawati. Secara umum terlihat bahwa Kompas berusaha menyikapi positif Megawati maupun aparat pemerintah yang sedang dipimpinnya.